

УДК316.647.8(430)

**Равко Сабина Анатольевна**  
*студент кафедры МТБиУР*  
*Белорусский государственный технологический*  
*университет,*  
*г. Минск. Республика Беларусь*  
*e-mail: r.sabine.28@gmail.com*

## **КУЛЬТУРНО-НАЦИОНАЛЬНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ СТЕРЕОТИПЫ (НА ПРИМЕРЕ ГЕРМАНИИ)**

*Аннотация. В статье рассмотрены национальные и деловые стереотипы на примере Германии, их актуальность и значение.*

*Ключевые слова: Федеративная Республика Германия, национальные стереотипы, деловые стереотипы, кросс-культурное взаимодействие.*

**Ravko S. A.**  
*Belarusian State Technological University*  
*Minsk, Belarus*

## **CULTURAL-NATIONAL AND BUSINESS STEREOTYPES (ON THE EXAMPLE OF GERMANY)**

*Abstract. The article examines national and business stereotypes on the example of Germany, their relevance and significance.*

*Keywords: Federal Republic of Germany, national stereotypes, business stereotypes, cross-cultural interaction.*

Когда речь идет о работе в транснациональных компаниях или проведении переговоров с иностранными партнерами, важна кросс-культурная грамотность. У каждого народа существуют свои традиции и обычаи деловой этики и общения, которые необходимо учитывать, чтобы избежать разногласий и конфликтов с партнерами других национальностей. Национальные стереотипы – это устойчивые, исторически

**Равко С. А.**

сложившиеся, поведенческие нормы и привычки, присущие в целом нации [1, 2, 3].

Между Республикой Беларусь и Федеративной Республикой Германия первые официальные дипломатические контакты состоялись в 1923 г. Возобновлены дипломатические отношения были 13 марта 1992 г., путем подписания в г. Минске соответствующего Соглашения. В обеих странах открыты посольства. С 2012 г. функционирует Генеральное консульство Беларуси в г. Мюнхене. Договорно-правовая база двустороннего сотрудничества насчитывает свыше 20 действующих международных договоров и соглашений в различных сферах. Германия является одним из ведущих внешнеторговых партнеров Беларуси и уже традиционно входит в число пяти стран – наиболее крупных инвесторов в экономику Республики Беларусь.

В Беларуси зарегистрированы сотни предприятий с участием германского капитала и почти 100 представительств германских фирм[4].

Федеративная Республика Германия находится в Центральной Европе и граничит с девятью государствами. На севере Германия имеет выход к Балтийскому и Северному морям, на юге – ограничена Альпами. В состав ФРГ входят 16 федеральных земель. Экономика Германии является наиболее устойчивой и конкурентоспособной среди стран Европейского Союза, а также, входит в число пяти крупнейших в мире. Несмотря на наличие множества крупных экономических флагманов, более 99% предприятий Германии представляют малый и средний бизнес, составляющий основу экономики страны. Германия – один из ведущих экспортеров в мире, а также, лидер в сфере инвестиций. Объем ежегодных прямых германских инвестиций превышает 1 трлн. €, примерно половина суммы приходится на зарубежные рынки. Одновременно, Германия активно привлекает к себе зарубежные инвестиции [5, 6].

Национальные стереотипы. Стереотипы о Германии – перфекционизм, замкнутость, высокий уровень культуры и отсутствие чувства юмора. Axel Springer AG и Bauer Media Group провели исследование, в рамках которого опросили более 31000 граждан Германии. И вот, что об этих и других стереотипах думают сами немцы:

1. Дисциплинированность и добросовестность. С данным стереотипом согласны 86% опрошенных. Немцы настолько добросовестны, что часто берут работу с собой: 61% заявляют, что работают по вечерам дома, в выходные или в отпуске. Достижения и успех играют важную роль для немцев: когда их спрашивают о главных жизненных ценностях, фактор «достижения» выбирают 81% опрошенных, а «успех в работе» – 80%.

2. Замкнутость и занудство. 84% опрошенных считают себя общительными. Большая часть жизни немцев проходит в компании хороших знакомых, друзей и, конечно, семьи – 93%. Кроме того, немцы ценят наличие большой группы друзей – 76%. Когда дело доходит до досуга, проводить время в кругу друзей предпочитают 91% опрошенных.

3. Забота о безопасности. 52% заявили, что важно застраховаться от всех рисков. При этом, 48% отметили, что живут беззаботнее, чем это было раньше. Тем не менее, 80% опрошенных застраховали свое имущество, 72% – ответственность, 42% – жизнь. С другой стороны, в случае частного пенсионного страхования только 19% считают его необходимым.

4. Страна поэтов и мыслителей. Культурная жизнь важна: 54% согласны с этим утверждением. Посещение театров, концертов и мюзиклов занимает 1 место среди культурно-досуговых мероприятий, далее следует посещение музеев и выставок. Немцы любят читать, но только каждый второй выбирает книги. 72% предпочитают ежедневные газеты, еще более популярны журналы – 75%. 15% любят пользоваться аудиокнигами.

5. Любовь к пиву. Пить пиво в Германии предпочитают, по-прежнему, в основном, мужчины – 86% опрошенных, по сравнению с 42% среди женщин. В целом потребление немецкого пива несколько снизилось.

6. Отсутствие чувства юмора. Судя по телевизионным предпочтениям, 78% любят смотреть новости. Криминальный триллер выбирают 62%, комедию – не менее 60%. Кстати, сами немцы считают себя пессимистами. Они отмечают свою склонность чрезмерно беспокоиться и жаловаться. В других странах мира это мнение практически не разделяют [7, 8].

Деловые стереотипы:

1. Пунктуальность. В действительности немцы тоже опаздывают. В Германии, как и в других странах мира, опазды-

вают самолеты, поезда, автобусы. При этом, присутствует высокая степень взаимоуважения. Поэтому, если, например, Ваш партнер задерживается, как только об этом узнает, связывается с Вами и сообщает о том, что опоздает.

2. Сдержанность. В Германии при общении заметно разделяются вопросы рабочие и личные. Тем не менее, small talk считается уместным и даже необходимым. Интересной особенностью является и то, что главное всегда озвучивается в первую очередь. Немцы ценят время и свое, и партнеров, поэтому в деловой среде принято говорить прямо, кратко и по делу.

3. Скупость. Это не совсем так. Люди в Германии четко разделяют работу и все остальные виды времяпровождения. Это касается, например, автомобиля, на котором топ-менеджер добирается до работы. Чаще всего здесь используются достаточно скромные модели, сопоставимые с теми, на которых могут приезжать на работу и другие сотрудники. Это подчеркивает уважительное отношение менеджера к своей команде, создает ощущение единства. А вот в выходной топ-менеджер может позволить себе воспользоваться более роскошным автомобилем. При этом, вряд ли, фото такого отдыха будут опубликованы, например, в Instagram или в Facebook.

4. Смысл ведения бизнеса в деньгах. В немецком бизнесе деньги, в основном, не являются первостепенной целью. Они – результат ежедневной работы, ориентированной на качество, создание репутации и доверия.

Что примечательно, практически во всех компаниях уделяется внимание социальной или глобальной ответственности. Причем, часто это является частью корпоративной миссии компании [9].

Таким образом, культурно-национальные и деловые стереотипы имеют относительный характер, позволяя, при этом, составить усредненный образ человека какой-либо нации, на который можно ориентироваться в начале общения. Представление о личностных качествах и привычках, присущих немецкому народу, позволит повысить комфорт и эффективность делового взаимодействия между представителями бизнеса Республики Беларусь и Федеративной Республики Германия.

## Список использованных источников

1. Володько, В. Ф., Международный менеджмент [Электронный ресурс]. // Учебное пособие. URL: <https://gendocs.ru/v28193/?cc=9> (дата обращения: 19.03.2021).
2. Мельникова В. С., Национальные особенности делового общения [Электронный ресурс] // ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина».URL: <https://scienceforum.ru/2015/article/2015009038> (дата обращения: 19.03.2021).
3. Стереотипы. Черты национального характера [Электронный ресурс] // Студенческая библиотека онлайн. URL:[https://studbooks.net/555961/etika\\_i\\_estetika/stereotipy\\_cherty\\_natsionalnogo\\_haraktera](https://studbooks.net/555961/etika_i_estetika/stereotipy_cherty_natsionalnogo_haraktera) (дата обращения: 19.03.2021).
4. Политические отношения [Электронный ресурс] // Посольство Республики Беларусь в Федеративной Республике Германия. URL:[https://germany.mfa.gov.by/ru/bilateral\\_relations/](https://germany.mfa.gov.by/ru/bilateral_relations/) (дата обращения: 19.03.2021).
5. Знакомьтесь: Германия // export.by [Электронный ресурс]. URL: [https://export.b-y/discover\\_germ](https://export.b-y/discover_germ) (дата обращения: 19.03.2021).
6. Обзор экономики Германии // Торгово-промышленная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: [https://germany.tpprf.ru/ru/about\\_germany/Economy\\_of\\_Germany/](https://germany.tpprf.ru/ru/about_germany/Economy_of_Germany/) (дата обращения: 19.03.2021).
7. UlrikeBretz, Typisch deutsch // SueddeutscheZeitung [Электронный ресурс]. URL:<https://www.sueddeutsche.de/leben/studie-ueber-klischees-typisch-deutsch-1.1000335> (дата обращения: 19.03.2021).
8. Was ist typisch deutsch? // FOCUS Online [Электронный ресурс]. URL:[https://www.focus.de/wissen/mensch/deutsch/stereotype\\_aid\\_21930.html](https://www.focus.de/wissen/mensch/deutsch/stereotype_aid_21930.html) (дата обращения: 19.03.2021).
9. КнязевИ., Made in Germany. 8 мифов о бизнесе в этой стране: разбираемся, что правда, а что нет // Про бизнес [Электронный ресурс]. URL:<https://probusiness.io/markets/5361-made-in-germany-8-mifov-o-biznese-v-etoy-strane-razbiraemsya-cto-pravda-a-cto-net.html> (дата обращения: 19.03.2021).